



Lantbrukares nyttjande av kanalen Internet

Oscar Stampe

Carl-Adam Samuelson

*SLU, Department of Economics
Degree Thesis in Economics*

*Thesis 467
Uppsala, 2007*

C-level, 15 ECTS credits

ISSN 1401-4084
ISRN SLU-EKON-EX-No467--SE

Farmers use of Internet

Lantbrukares nyttjande av kanalen Internet

Oscar Stampe (Examensarbetet)

Carl-Adam Samuelson (Individuell kursuppsats)

Supervisor: Bo Öhlmer

© Oscar Stampe, Carl-Adam Samuelson

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för ekonomi
Box 7013
750 07 UPPSALA

ISSN 1401-4084
ISRN SLU-EKON-EX-No.467 –SE

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala, 2007

Summary

In The society that we live in today puts a lot pressure on different factors that gives the human closer community in network and resources. One of the most important resources and channels in this society of information is Internet. Internet is a channel that offers quickly and rather easy way to communicate with other people and organizations. Both people in the city and in the country side wants a high speed connection of their Internet. The people living at the country side will be offered a high speed connection because of the extension that are under progress in Sweden. Companies in the agricultural sector demand a high speed connection because they have to follow the development and be part of the business society that offer their customers what they demand.

Sammanfattning

I dagens multinationella och hektiska samhälle ställs allt högre krav på de faktorer som knyter den enskilde individen närmare gemensamma nätverk. En mycket viktig resurs och kanal inom detta informationssamhälle är Internet. Kanalen Internet är en informationskanal som erbjuder ett snabbt och enkelt sätt att kommunicera med andra människor och organisationer. Såväl storstadsmänniskan som landsbygdsbefolkningen vill ha en snabb och smidig anslutning till Internet. Dagens landsbygd och dess invånare kommer att via den expansiva utbyggnationen av bredbandsnätet i Sveriges kommuner att bli erbjudna en snabb uppkoppling mot den globala värld och miljö som Internet är. Denna uppsats analyserar lantbrukares användande av Internet, vilket vi anser är en central utgångspunkt för utvecklingsarbetet kring framtida Internettjänster. För företag inom lantbruksbranschen är utvecklingsarbetet kring Internetutbudet av tjänster viktigt. Uppsatsen belyser möjliga tillvägagångssätt kring hur Länsförsäkringar Uppsala skall planera sitt utbud av tjänster för att bemöta den efterfråga som deras kunder ställer.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEM	2
1.3 SYFTE	2
1.4 METOD	2
1.5 AVGRÄNSNING	3
2 LITTERATURSTUDIE	4
2.1 INTERNET	4
2.2 FAKTORER SOM PÅVERKAR ANVÄNDANDET AV INTERNET	5
2.3 INTERNETANVÄNDNINGEN HOS LANTBRUKARE	6
3 PERSONLIGA INTERVJUER	7
3.1 INTRODUKTION	7
3.2 ANALYS	8
4 ENKÄTUNDERSÖKNING	11
4.1 INTRODUKTION	11
4.2 ANALYS	12
4.3 SAMMANFATTANDE STATISTIK	13
4.4 KORRELATIONS OCH REGRESSIONSANALYS	15
4.4.1 Tekniska faktorer	17
4.4.2 Sociala faktorer	19
4.4.3 Sociala och tekniska faktorer	20
4.6 BORTFALLSANALYS	21
4.6.1 DISKUSSION BORTFALLSANALYS	22
5 ANALYS LÄNSFÖRSÄKRINGAR	23
6 DISKUSSION OCH SLUTSATS	24
EPILOG	26
REFERENSER	27
BILAGOR	28
BILAGA 1 – KORRELATIONSANALYS	28
BILAGA 2 – ENKÄT	29
BILAGA 3 – BIFOGAT BREV	38

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Dagens lantbrukare ställs i många situationer inför flera flöden av information. Informationen inhämtas via flera olika kanaler. Den traditionella inhämtningen sker via tidningar, post, television samt utbyte av erfarenheter med människor inom lantbruksfären.

Under början av 1990-talet introducerades Internet som ytterligare en informationskanal. Internet har öppnat oändligt många nya vägar för informationsflöden. Att Internet erbjuder en bred mängd av information medför att det på ett smidigt och enkelt sätt går att inhämta flera olika typer av information samtidigt. Företag inom lantbruksnäringen kan utnyttja Internet till flertalet användningsområden exempelvis bankärenden vilket innebär tillexempel betalning av fakturor samt inhämtande av information inför och till beslut.

För att den enskilde lantbrukaren skall kunna vara så effektiv och rationell som möjligt i sitt handlande krävs en acceptans och förståelse för den nya tekniken som Internet innebär. Då Internet används på ett rationellt sätt bidrar det till att det dagliga arbetet med exempelvis bokföring samt beställningar inom företaget kan hanteras och genomföras på ett enklare och mer tidsbesparande tillvägagångssätt.

Huruvida den enskilde individen anser att nyttjandet av kanalen Internet är mer gynnsamt än övriga kanaler beror av ett antal faktorer. Dessa faktorer är bland annat den allmänna inställningen till ny teknik, utbildningsnivå, ålder samt de sociala faktorerna. Rollen som lantbrukare innebär att arbetet ofta bedrivs enskilt utan någon större grad av kontakt med andra människor, denna kontakt är för många en viktig del i vardagen. Internet medför att lantbrukarens sociala kontakter med andra människor minskar ytterligare.

Hur dagens lantbrukare nyttjar Internet som en kanal är intressant för lantbrukarens sociala nätverk och den framtida teknikutvecklingen av Internet för lantbruksnäringen. Vi som skribenter tillsammans med Länsförsäkringar Uppsala samt Lantbrukarnas riksförbund är intresserade av att analysera lantbrukarens nyttjande av kanalen Internet. Detta för att erhålla en förståelse kring den allmänna inställningen kring Internet hos ett urval av de uppländska lantbrukarna. Branschorganisationerna bör ha som mål att tillfredställa lantbrukarnas behov och således vilja möta de önskemål och tankar som finns hos dagens lantbrukare. Tjänsterna

bör anpassas med stor hänsyn till de kunder i intressesfären som anses vara potentiella användare.

En faktor som ytterligare styrker detta arbete och gör framställningen än mer intressant är att Sveriges kommuner och landsting har ett förordnande från Riksdagen att bygga ut det nät som gör det möjligt för enskilda lantbrukare att ansluta sig till en bredbandsuppkoppling.

1.2 Problem

Hur skall Länsförsäkringar Uppsala motivera sina lantbrukskunder till att nyttja företagets tjänster via kanalen Internet i större utsträckning?

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att analysera de faktorer som styr Länsförsäkringar Uppsalas lantbrukskunders nyttjande av kanalen Internet och utformningen av nya tjänster.

1.4 Metod

De metoder vi kommer att nyttja vid inhämtandet av information och fakta till uppsatsen bygger på följande tre moment,

- litteraturstudie
- enkätundersökning
- intervjuer

Litteraturstudien grundar sig på tidigare genomförda undersökningar, studier samt relevant litteratur inom området. Detta moment bearbetas för att lättare kunna sätta sig in i problematiken och angripa problemet på ett lättare sätt.

De personliga intervjuerna bygger på personliga möten med sex lantbrukskunder hos Länsförsäkringar Uppsala och skall ge en tydligare och klarare insikt i lantbrukarens användande av Internet. De personliga intervjuerna var för oss relevanta för att på ett bra sätt utforma en enkät med god struktur och relevant innehåll.

Enkätundersökningen består av ett utskick om 100 stycken enkäter till ett urval av Länsförsäkringar Uppsalas lantbrukskunder. Detta urval grundar sig på en populationen om

cirka 3100 kunder och bidrar till en fem procentig felmarginal. Enkäten bygger på frågor som utarbetats med hänsyn till uppsatsens problem och syfte samt de personliga intervjuerna. Resultaten kommer att analyseras genom en regressionsanalys i programmet SAS. Att genomföra en enkätundersökning är ett effektivt och relativt billigt sätt att nå ut till en större andel individer.

1.5 Avgränsning

Uppsatsen skall analysera produktiva lantbruksföretag som är kunder hos Länsförsäkringar Uppsala. Vi har valt att avgränsa uppsatsen utifrån två grupperingar av påverkande faktorer,

- tekniska
- sociala

Dessa faktorer anser vi vara de som mest styr den enskilde lantbrukarens användandet av kanalen Internet.

2 Litteraturstudie

2.1 Internet

Internet har sin utvecklingsstart i slutet av 1960-talet då den amerikanska militären hade för avsikt att upprätta ett kommunikationssystem. I begynnelsen benämndes det Arpanet och redan 1969 lyckades de att överföra information mellan två olika datorer. Systemet uppgraderades till en viss grad men avvecklades och lades sedermera ned 1990. Samma år påbörjades utvecklingen av ett nytt system. Detta kommunikationssystem, idag allmänt känt som Internet var ett mer utbyggt och lätthanterligt system. Sverige var ett av de 42 länder som anslöt sig och en ny epok för den teknologiska kommunikationen var ett faktum. (Fredholm, 2000)

I dagens högteknologiska samhälle har Internet kommit att bli ett viktigt och mycket användbart kommunikationssätt i både människors yrkesverksamma och privata liv. Att det finns motsättningar kring Internet och dess uppbyggnad råder det ingen tvekan om men fördelarna är många och kan exemplifieras av nedan följande punkter,

- internettekniken är idag så pass väl utvecklad och lätthanterlig att den största andelen människor i Sverige behärskar och nyttjar den (Hedlund, 2003)
- når ut till ett stort geografiskt område
- företag kan marknadsföra sina tjänster och produkter på ett enkelt sätt som når ut till större delen av deras kunder.
- personlig kontakt inte alltid nödvändig för företagen
- kostnadsbesparing i relation till andra kommunikationskanaler
- tidsbesparing som medför effektivare kommunikation med kunder
- effektivitet vid beslutstaganden och information kan jämföras snabbt mellan olika företag
- ständig tillgänglighet för kunden
- kunder kan utbyta information och erfarenheter med varandra (Kotler, 2003).

2.2 Faktorer som påverkar användandet av Internet

Det finns en mängd olika faktorer som påverkar den enskildes användning av Internet men självklart är den generella inställningen det som först blir avgörande. Dock finns det fyra faktorer som är av grundläggande karaktär:

- att kunden innehar en dator samt en Internetanslutning
- användarvänlighet, det vill säga att kunden lätt kan ta till sig informationen och kunna använda den
- den egna kompetensen hos användaren, det vill säga hur kunden tar till sig informationen
- acceptans kring hur Internet är uppbyggt

Att uppkopplingsmöjligheten är av stor betydelse för att Internet överhuvudtaget skall nyttjas av kunden framgår av ett flertal studier. I synnerhet då bredbandets frammarsch i samhället är explosionsartad. Problemet med uppkoppling är inte lika stort för Sverige som i USA, där flertalet lantbrukare bor långt ifrån övrig civilisation och lämpliga Internetanslutningar (Hopkins, Morehart, 2001). I studien framgår det att samtliga lantbrukare haft möjligheten till en Internetanslutning men att priset avgör om de har skaffat en anslutning eller inte.

I en annan studie utförd av Andersson, 2003, visade han att större delen av Svenska Lantmännens Internetanvändande medlemmar (90%), fortfarande använder ett modem som uppkoppling för sin Internetanslutning. De återstående 10% använder sig av ADSL, bredbandsuppkoppling eller via satellit. Att modemets bidrar till en mer långsam hantering påverkar självklart Internetanvändandet negativt. I studien ansåg sig Lantmännens medlemmar besitta en god datakunskap och en viss datorvana. Nära 17% ansågs sig ha en god datorvana och cirka 40% ansågs sig vana. Endast ett fåtal procent tyckte sig inneha en dålig och bristfällig vana. Tilläggas skall att samtliga tillfrågade i studien ägde egen dator och Internetuppkoppling vilket indirekt kan tolkas att de accepterat den nya teknik som Internet medför. (Andersson, 2003)

2.3 Internetanvändningen hos lantbrukare

År 2004 var Sverige det land i Europa som hade högst andel Internetanvändare bland lantbrukare, hela 62,5%. Detta kan jämföras med snittet i hela Europa 34% (Wilson, 2004).

Uppgifter från Lantbruksbarometern anger att år 2006 har 87% av dem svenska lantbrukarna tillgång till Internet och av dem använde 29% Internet dagligen. (Lantbruksbarometern, 2006). Data från 2003 visar på att två av tre lantbrukare sköter sin ekonomi via Internet, främst genom att betala räkningar. Ett konstaterande som gjorts är att om Internetanvändning ökar medför det ett utökat användande av Internetbaserade tjänster. (Lantbruksbarometern, 2003)

Ross, (2001) har visat att flertalet lantbrukare använder Internet repetitivt, det vill säga ett återskapande inlärt beteende istället för att inhämta informationen via press, personliga kontakter för att upprätthålla sig med relevant information för det företag kunden bedriver.

3 Personliga intervjuer

3.1 Introduktion

Under startfasen av uppsatsen stod vi inför valet av informationsinhämtning och underlag för det projekt vi ämnade genomföra. Det beslut vi fattade att via personliga intervjuer inhämta information som sedermera skulle vara till underlag för en enkätundersökning kändes relevant med tanke på uppsatsens ämne och karaktär. De personliga intervjuerna gav oss den insikt vi ansåg oss behöva för att lättare sätta oss in i problematiken rörande lantbrukares Internetanvändande. Något som vi bedömde var viktigt att först bemöta via ett personligt möte med lantbrukarna. Detta för att få en uppfattning om den allmänna inställningen till Internet och dess uppbyggnad

De personliga intervjuerna genomfördes med sex olika lantbrukare i Upplands län med differentierade produktionsinriktningar. Urvalet utgjordes av tio olika lantbrukare som Länsförsäkringar har en etablerad kontakt med och som uttalat sig positivt inställda till delaktighet i diverse undersökningar och studier som genomförs. I studien var sex lantbrukare villiga att ställa upp på en personlig intervju och bemötte oss på ett bra sätt som resulterade i ett gott kunskapsutbyte.

Informationen och den allmänna inställningen för Internet som vi erhöll från de personliga intervjuerna kom sedermera att bli en stor lärdom inför vår analys av det resultat vi fått fram. Dessutom kom svaren från intervjuerna att ligga till grund för den enkätundersökning som vi även framställt.

Vi vill i vårt arbete framhäva de personliga intervjuerna då de ger en bredare och mer rättvis bild av vad den enskilde lantbrukare verkligen har för inställning och till vilken användning informationskanalen Internet nyttjas. Att trovärdigheten i våra resultat och analys ytterligare styrks med flera typer av informationsinhämtningar är en fördel och har bidragit till fler svar på frågor som vi ställt under arbetets gång.

Då vi valt två infallsvinklar i arbetet, teknik samt sociala faktorer var det för oss viktigt att få ett personligt möte och se till om de sociala faktorerna är mer avgörande än de tekniska i användandet av Internet. En lantbrukares yrke är allt som oftast ett relativt ensamt yrke utan någon större social kontakt med arbetskamrater eller andra personliga möten. Användandet av

Internet som informationskanal är något som ytterliggare befäster denna situation. Det var för oss en självklarhet att analysera denna faktor och jämföra den i relation till de tekniska faktorerna.

Inställningen till Internet hos lantbrukarna kanske helt var beroende av avsaknaden av det sociala mötet med andra människor?

3.2 Analys

Lantbrukarna som deltog i de personliga intervjuerna bedrev olika verksamheter och var av olika karaktär. Driften hos de olika lantbrukarna var allt ifrån animalie produktion till enbart spannmålsproduktion kombinerat med arbete utanför lantbruksdriften, det vill säga deltidslantbrukare. Uppdelning av olika inriktningar hos lantbrukarna var som ovan nämnts spridd, vilket bidrar till ett mer övergripande och rättvist resultat i studien.

Intervjuerna genomfördes via gårdsbesök där vi åkte ut till lantbrukarna. Detta gjorde vi främst för att inte binda upp dem en allt för lång tid och att de skulle känna sig trygga i sin hemmiljö. Givetvis bidrog besöken till att vi själva kunde bilda oss en uppfattning om produktionen och se om företagaren var på framkant och positivt inställd till att ta del av nya främmande situationer. Den allmänna inställningen till ny främmande teknik i form av Internet var för oss extra intressant att ta del av. Innan vi startade studien hade vi en klar uppfattning om att lantbrukarkåren var en relativt konservativ grupp med en negativ inställning till ny teknik.

Efter det att vi genomfört de personliga intervjuerna kunde vi se en del klara och tydliga mönster i lantbrukarnas användande av Internet. De svar som vi erhöll från intervjuerna skiljde sig något mellan de olika parterna men en gemensam bild kunde anas. Samtliga lantbrukare vi besökte hade en uppkoppling i form av bredband, det vill säga en ADSL-uppkoppling via Telia och deras fasta telefonnät som fungerar så att du kan även använda telefonen samtidigt som du är uppkopplad på Internet (www.telia.se, 1. 2007-01-18).

När vi ställer frågan om det personliga mötet är viktigt i deras vardag och hur Internet påverkar dem i denna fråga är samtliga rörande överens. Det är personliga mötet är viktigt, i synnerhet då arbetet under delar av året är väldigt ensamt. Lantbrukarna anser att Internet

ytterligare förstärker avsaknaden av de sociala mötena med andra människor då så många arbetsmoment och ärenden är styrda från samhället att genomföras via Internet. Dock uttrycker de en positiv attityd till att exempel kunna betala sina räkningar via Internet och att dessutom kunna registrera betalningar i förväg är något som uppskattas. Men för tjänster som till exempel rådgivning där människan står i fokus är Internet en kanal som Lantbrukarna gärna undviker. Att få möta en människa eller åtminstone upprätta en personlig kontakt ger en tryggare och säkrare känsla inför ett beslut.

Avsaknaden av det personliga mötet blir uppenbart för oss när en av lantbrukarna säger - ”tänk förr, när lantbrevbäraren och jag varje dag när posten kom pratade om väder och vind istället för dagens e-post, det skrämmer mig” (pers.int,1. Kumlin 2006-12-15)

Utifrån vår avgränsning i uppsatsen, att analysera lantbrukarnas användande av kanalen Internet i form av sociala samt tekniska faktorer återstod det att fråga huruvida de tekniska aspekterna påverkar nyttjandet av Internet.

Huvudfrågan inom det tekniska området är mer eller mindre självklar, hur svårt anser du att Internet är att handhava?

Här blir svaren olika under de personliga intervjuerna. En del tycker att Internet är väldigt lätt och anser sig behärska det till fullo, samtidigt som andra svarar att det är relativt svårt och ibland behöver handledning. Vad vi kan se är att de yngre lantbrukarna anser sig lättare ta till sig Internet och de nyttjar dess tjänster fullt ut. Den äldre generationen är beroende av viss hjälp men har än dock viljan att kunna hantera Internet på ett bra sätt. Hjälpen som den äldre generationen i vissa situationer tycktes behöva fanns ofta i hemmet hos barnen som tagit del av kunskapen i skolan på senare år. Dessutom ser vi att utbildningsnivå är en avgörande faktor, ju högre erhållen examina desto lättare anser sig individen ha för att nyttja Internet.

En annan fråga som relaterar till det tekniska planet är hur pass säkert lantbrukarna anser att Internet är? Vi hade på förhand en viss skepsis och trodde att flertalet skulle tycka att rådde en stor osäkerhet kring Internet och dess tjänster. Men alla utom en i de personliga intervjuerna tyckte att Internet var säkert och förlitade sig på att deras handlingar i etern blev korrekt utförda utom några som helst inskränkningar.

När vi ställer frågor rörande Länsförsäkringar och deras Internettjänster svarar de flesta att de ej nyttjat några av Länsförsäkringars tjänster via Internet. Men de gånger de besökt hemsidan för exempelvis informationsinhämtning är samtliga överens om att det är god struktur och layout, dock ansåg vissa att den var lite ”färglös”.

Ett påpekande gällande Länsförsäkringar och deras Internettjänster som var återkommande hos de som ändå använde deras Internettjänster var att vid inloggning på Internetbanken uppstår det flertalet gånger problem när webbläsarens knapp ”bakåt” tryckts in och medfört att kunden direkt loggats ut ur Internetbanken och dess tjänster.

4 Enkätundersökning

4.1 Introduktion

För att samla in tillräckligt stor mängd information via personliga intervjuer krävs mycket tid. Om en studie skall kunna bli tillförlitlig krävs det att infallsvinklar och synpunkter från en mängd individer beaktas. Vi som skribenter tog beslutet att använda oss av en enkätundersökning som grund för uppsatsen. För att kunna svara upp till syftet med uppsatsen, *"analysera de faktorer som styr Länsförsäkringar Uppsalas lantbrukskunders nyttjande av kanalen Internet och utformningen av nya tjänster"* grundades frågorna i enkäten på tankar och idéer som vi ansåg kunde ge oss den information som vi behövde för att på ett bra sätt svara upp till den problemställning som vi valt att utgå ifrån. Till uppsatsen har enkäten bifogats som en bilaga och återfinns som bilaga 2.

De resultat och funderingar som vi erhållit från de personliga intervjuerna har varit grundstenar vid utformandet av de olika delarna i enkäten. Del ett och två i enkäten är en form av kategoriseringsunderlag som skall ge oss information om vilken typ av lantbrukare som har svarat på enkäten. Frågorna är utformade på så sätt att vi lätt skall kunna göra en procentuell sammanställning över snittgården. Vidare går enkäten in på de sociala faktorer som påverkar lantbrukarens handlande. Inställningen till den sociala omgivningen och personliga kontakter analyseras för att skapa en uppfattning om svarandes allmänna inställning och uppfattning. I del fyra ställs frågor som riktar sig direkt mot den svarandes användning av olika kanaler för inhämtning av information samt mer direkta och konkreta frågor kring exempelvis datorvana och kunskap kring användandet av Internet. Den femte och avslutande delen består av frågor som direkt skall användas för att analysera Länsförsäkringar Uppsalas Internettjänster. Vi valde att dela in frågorna i enkäten i de ovan nämnda fem kategorier därför att vi ansåg att den information och kunskap vi erhöll vid de personliga intervjuerna gav oss incitament till den uppdelning av kategorier som vi valde att genomföra.

En undersökning av denna karaktär måste nå ut till ett brett urval av olika lantbrukare med olika inriktningar för att ge ett så pass säkert svarsutfall som möjligt. Det urval som vi har valt att skicka ut enkäten till är hämtat ur Länsförsäkringar Uppsalas kundregister. Kunderna har kategoriserats in i olika segment utifrån vilken produktionsinriktning som deras verksamhet är inriktad mot. Totalt blev kunderna indelade i fyra kategorier, mjölk, kött, växt samt övrigt. Utifrån de kundlistor som blev resultatet efter kategoriseringen valde vi att skicka ut enkäter

till 25 lantbrukare ur varje kategori. Dessa 25 valdes genom att vi tog det första namnet från listan för att sedan välja den tionde personen nedåt i listan tills kvoten om 25 stycken uppfyllts. Att vi skickade ut enkäter till 25 stycken ur varje kategori beror på att vi hade en gräns på totalt 100 enkäter. För att göra undersökningen så trovärdig som möjligt skickades ett lika antal enkäter ut till varje kategori således blev 25 enkäter till var grupp resultatet.

I varje brev bifogades till enkäten ett presentationsbrev från oss skribenter och ett från Länsförsäkringar Uppsala. För att motivera de utvalda lantbrukarna att svara på enkäten bifogades till enkäten även ett portofritt svarskuvert samt en trisslott som tack.

4.2 Analys

Av de totalt 100 utskickade enkäterna hade vi förväntat oss en svarsfrekvens om cirka 70 procent. Efter att enkäterna varit ute hos lantbrukarna i cirka två månader har vi i skrivande stund fått tillbaka 50 stycken. Av dessa 50 enkäter har två valt att inte svara på en enda fråga utan skickat tillbaka enkäten blank. En svarsfrekvens på 50 procent är betydligt sämre än vad vi hade förväntat oss. Analysen och diskussionen i nedan stycken samt den slutliga analysen och slutsatsen kommer grunda sig i de resultat vi kan se av de enkäter vi fått tillbaka från lantbrukarna i skrivande stund. En tydlig bild som vi kan se genom att sammanställa de två första delarna av enkäten är att de lantbrukare som svarat till övervägande del bedriver ett mindre lantbruk med ett arbete utanför det produktiva lantbruksföretaget. Personerna säger sig generellt sakna det personliga mötet med andra människor när de i större grad nyttjar kanalen Internet för olika tjänster som tidigare utförts via en direktkontakt, exempelvis bankärenden.

Vid analysen av svaren har vi kategoriserat frågorna och analysunderlaget till att bestå av 17 stycken frågor som vi anser täcker in den information som vi behöver för att kunna dra slutsatser kring de sociala och tekniska faktorer som påverkar lantbrukarens nyttjande av kanalen Internet. Dessa 17 frågor har omformulerats till att bli 0,1 variabler som kan analyseras i Excel eller SAS. En 0,1 variabel innebär att ett svar till en fråga ges en etta om den svarande har angett att hon/han instämmer till frågan eller anser att frågan stämmer med en given situation. Om den svarande anser motsatsen, att det inte stämmer ges svaret en nolla, således har vi använt oss av följande

- om enkäten innehåller ett svar som är jakande, stämmer överens med frågeställningen, registreras en etta och omvänt, nekande, en nolla.

Frågorna som visas i nedan tabell är de frågor vi valt att analysera mer specifikt. Frågorna täcker in flertalet av andra frågor i enkäten och skapar på så sätt ett tydligare sammanhang och en mer generell bild av de svarandes åsikter,

Fråga 1:	Universitet/högskola
Fråga 2:	Gymnasium
Fråga 3:	Tagit hjälp
Fråga 4:	Lärt sig själv
Fråga 5:	Arbetar utanför lantbruksföretaget
Fråga 6:	Personliga mötet/kontakten viktigt
Fråga 7:	Säkerheten viktigt
Fråga 8:	Bredband/ADSL
Fråga 9:	Anser att Internet ger den information behövs Saknar det personliga bemötandet vid användandet av
Fråga 10:	Internettjänsterna
Fråga 11:	Tidsbesparingen en viktig faktor
Fråga 12:	Känner en osäkerhet
Fråga 13:	Litar på Länsförsäkringars Internettjänster
Fråga 14:	Uppstått problem med LF:s utbud av tjänster Ungefär vilken svårighetsgrad motsvarar användandet av
Fråga 15:	Internet
Fråga 16:	Hur ofta används Internet
Fråga 17:	Används Internet dagligen

Tabell 1, Frågeställningar till analys

4.3 Sammanfattande statistik

Som underlag för diskussionen är det inledningsvis intressant att analysera de medelvärden som den samlade mängden uppvisar hos de inkomna svaren. Medelvärdena ger en övergripande bild av enkärdeltagarnas inställning och uppfattning kring Internet och deras nytta och användande av Internet som informationskanal. Vi anser att medelvärdena ger oss en generell bild av hur dagens lantbrukare nyttjar kanalen Internet och vilka bakgrundsfaktorer som ligger till grund för användandet.

Att sammanställa svaren på frågeställningarna kan givetvis genomföras helt manuellt i Excel eller med papper och penna. Vi har för att underlätta beräkningarna och för att få mer exakta svar använt oss av dels Excel och dels ett program som heter SAS. Syftet med att inte använda Excel för beräkningar utan bara för att lägga in värden som sedan analyseras i SAS är att Excel inte är lika smidigt och enkelt att arbeta med som SAS. I SAS kan dels en tabell över sammanfattande statistik tas fram, visas nedan, dels kan en korrelationsanalys och en regressionsanalys genomföras. Dessa analyser behandlas längre fram i uppsatsen. (pers.int,2. Johansson. 2007-01-25)

Variabel	Minimum	Maximum	Medel	Standard avvikelse	Ej svar
<i>Fråga 1:</i>	0	1.0000000	0.2727273	0.4494666	0
<i>Fråga 2:</i>	0	1.0000000	0.7818182	0.4168182	0
<i>Fråga 3:</i>	0	1.0000000	0.2045455	0.4080325	11
<i>Fråga 4:</i>	0	1.0000000	0.8409091	0.3699894	11
<i>Fråga 5:</i>	0	1.0000000	0.5000000	0.5046949	1
<i>Fråga 6:</i>	0	1.0000000	0.7777778	0.4196435	1
<i>Fråga 7:</i>	0	1.0000000	0.5454545	0.5036862	11
<i>Fråga 8:</i>	0	1.0000000	0.6326531	0.4870779	6
<i>Fråga 9:</i>	0	1.0000000	0.8510638	0.3598746	8
<i>Fråga 10:</i>	0	1.0000000	0.5000000	0.5067117	17
<i>Fråga 11:</i>	0	1.0000000	0.7837838	0.4173418	18
<i>Fråga 12:</i>	0	1.0000000	0.3529412	0.4850713	21
<i>Fråga 13:</i>	0	1.0000000	0.7037037	0.4653216	28
<i>Fråga 14:</i>	0	1.0000000	0.2173913	0.4217412	32
<i>Fråga 15:</i>	0	9.0000000	4.1170213	2.7211186	8
<i>Fråga 16:</i>	0	9.0000000	4.9545455	3.1582638	11
<i>Fråga 17:</i>	0	1.0000000	0.4893617	0.5052912	8

Tabell 2, sammanfattande statistik

De medelvärden som den sammanfattande statistiken presenterar för oss visar att omkring 80 % av enkätdeltagarna har genomgått en gymnasialutbildning samt att knappa 30 % har valt att fördjupa sina kunskaper genom att ytterligare studera vid universitet eller högskola. Vad vi tänker oss är att utbildningen styr i vilken grad som användaren själv har förmågan att lära sig saker eller om man vill ha hjälp, om dessa variabler är beroende av varandra diskuteras i kommande analyser. Statistiken visar att nästan 85 % av dem som har svarat själv har lärt sig nyttja Internet och dess möjligheter, endast 20 % har använt sig av en extern rådgivare för att lära sig Internet. Vidare anser enkätdeltagarna till mycket stor del att det är viktigt med det personliga mötet med andra människor. Över hälften av de svarande deltagarna anser sig sakna personliga kontakter som de tidigare har haft.

Det personliga mötet med andra människor ger dels en social kontakt men även en tvåvägskommunikation. Vad vi som skribenter inte specifikt frågade vid de personliga intervjuerna var vilken av ovan två samband som verkligen drev personerna till det personliga mötet, vad det är som genererar ett välbehag och ett behov av andra människor. Vi vill dock dra slutsatsen att den viktigaste faktorn är situationsberoende. För vissa är det viktigt med en kommunikation där den andre parten svarar utan fördröjning och för en del är det viktigt med den rent sociala kontakten.

När vi sammanställde de frågor som vi ville skulle ligga till grund för enkäten diskuterade vi vilka frågor som vi ville lägga tyngdpunkt vid. Vi enades om det har framgått av tidigare text att de sociala och de tekniska faktorerna är mycket intressanta, och att de bör styra användandet och förståelsen för nyttjandet av Internet som en informationskanal. För att övergå från ovan stycke som till stor del har analyserat de rent sociala faktorerna kommer nedan stycke analysera de tekniska faktorer som ligger till grund i frågeställningarna. Vissa frågor är helt inriktade och tydligt formulerade ur rent tekniska aspekter medan vissa frågor indirekt är sammanvävda med generell inställning och kunskap om hur ny teknik accepteras och används.

Gällande de tekniska faktorerna kan vi tydligt utläsa att över hälften av lantbrukarna använder sig av en bredbandsuppkoppling som ger en betydligt snabbare uppkoppling än en anslutning via ett traditionellt modem som ringer upp via telefonledningen. Vi har den uppfattningen att tekniska produkter och beståndsdelar för många brukar vara förknippat med problem och osäkerhet vilket skulle ha visat sig i enkäten under frågan rörande säkerhet, vi kan dock se att säkerheten för de allra flesta är helt tillfredställd och att man tillfullo litar på Internet och dess utbud. Något som förvånar oss är att merparten av de svarande anser att Internet uppnår en något lättare nivå än medel, vilket är mycket positivt. Det förstärks ytterligare då svaren tyder på att Internet används dagligen eller oftare av cirka 50 % av de svarande.

Drygt 70 % av dem som svarat att de nyttjar Internettjänster från Länsförsäkringar anser att tjänsterna är tillförlitliga. Resterande 30 % anser att deras tjänster inte uppfyller de krav som de anser tjänsterna borde uppfylla. Detta utfall kan delvis förklaras med att de som nyttjat Länsförsäkringars tjänster till omkring 20 % har haft ett eller flera problem med någon av tjänsterna som erbjuds.

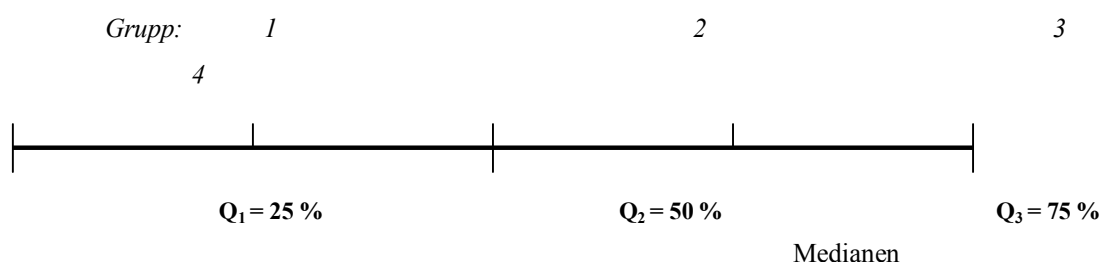
4.4 Korrelations och regressionsanalys

Samband mellan olika frågeställningar kan ge en vägledning till om vissa frågor styr hur svaret på andra frågor skall falla ut. Detta kan analyseras genom regressionsanalys. Kortfattat ställs en modell upp där en styrande beroende variabel skall beskrivas med andra variabler. En fråga förklaras utifrån svaren på andra frågor. För att denna analys skall bli trovärdig krävs att en viss signifikansnivå uppfylls. Utifrån den undersökning vi genomförde valde vi en signifikansnivå om 0,1 det vill säga 10 %. De resultat vi fick fram genom 0,1 variabler dvs. dummy-variabler av våra frågeställningar ger inte någon signifikans. Att vi inte får en

signifikans har resulterat i att vi har tänkt om och att vår analys istället grundar sig i en korrelationsanalys istället för en regressionsanalys.

En korrelationsanalys innebär att svaren på respektive frågor vägs mot varandra och förhållandet/sannolikheten framställs med positiva respektive negativa värden. En korrelationsanalys kan framställas i antingen Excel eller SAS fördelen med att genomföra den i SAS är att signifikansnivån presenteras vilket underlättar bedömningen huruvida vissa slutsatser är korrekta att anta eller inte (pers.int,3. Johansson. 2007-01-25). För att tydliggöra den generella skillnaden mellan en korrelationsanalys och en regressionsanalys kan korrelationsanalysen beskrivas som en sambandsanalys och regressionsanalysen kan beskrivas med Y som en funktion av X. En korrelationsanalys är inte lika fullständig som en regressionsanalys. De olika variablerna ställs inte som funktioner av varandra. Genomförandet av en korrelationsanalys i stället för en regressionsanalys medför därför till att mycket och viktig information tyvärr inte kan framställas och således inte analyseras (www.mdh.se,1. 2007-02-14).

Analysen som genomförts kan fördjupas genom ett flertal andra olika analysmetoder. Exempelvis kunde vi ha tagit fram olika spridningsmått för att analysera de olika spridningarna kring medianen för olika variabler. Ett spridningsmått av denna typ grundar sig i att observationerna delas in i fyra olika lika stora grupper,



Figur 1 beskriver grunden för spridningsmått

Utifrån de tre kvartilvärdena, Q- värdena, och de fyra grupperna i figuren ovan kan olika spridningsmått beräknas. Exempel är kvartilavstånd och kvartilavvikelse. Exempelvis beräknas kvartilavstånd respektive kvartilavvikelse enligt nedan,

- kvartilavstånd mellan Q₁ och Q₃ beräknas med, $(Q_3 - Q_1)$

- kvartilavvikelsen från medianen för Q_1 och Q_3 beräknas som, $Q = (Q_3 - Q_1) / 2$

För att tydliggöra de resultat vi erhållit av korrelationsanalysen har vi bifogat analysen som bilaga 1 i slutet av denna uppsats. Analysen nedan bygger på de värden och fakta som är presenterade i korrelationsanalysen.

4.4.1 Tekniska faktorer

Uppsatsen skall se till de sociala och tekniska faktorer som påverkar lantbrukares användande av Internet. De tekniska faktorer som vi kan utläsa från korrelationsanalysen beskrivs i nedan fem punkter,

- personer som har en bakgrund med universitetsstudier känner en mer utpräglad osäkerhet inför Internet och ny teknik
- tydligt samband mellan att personer som har en universitetsutbildning förlitar sig i högre grad till Länsförsäkringars utbud av Internettjänster än vad personer utan universitetsutbildning gör
- användandet av Internet ökar med ökad utbildningsnivå
- en bredbandsuppkoppling medför ett större användande av Internet
- svårighetsgraden kring Internetanvändandet styr inte hur ofta Internet används

Att vi i korrelationsanalysen ser ett signifikant samband mellan de svarandes utbildningsnivå och dess inställning till Internet och ny teknik är ett utfall som vi hade räknat med. Det som dock ställer oss förundrade är sambandet mellan att desto högre utbildning svarspersonerna har desto större osäkerhet känner de inför den nya tekniken. Den ställning vi intog innan analysen var att en högre utbildningsnivå medförde en större förståelse och att det medförde ett lugn som innebar en säkerhet kring teknik.

Frågan vi ställer oss är, *varför ökar osäkerheten med en ökad grad av utbildning?*

Efter att vi funderat och analyserat de tänkbara faktorer som kan ligga bakom sambandet mellan känsla av säkerhet och utbildning vill vi dra slutsatsen att en högre utbildningsnivå medför en generell förståelse inte bara kring fördelar utan också en förståelse kring problem. Internet som är en ny teknik är ett sårbart system som innehåller både fel och brister. Förståelsen för detta kan leda till en insikt kring vad som kan ske om det är något som inte

fungerar som det ska. Rädslan och oron kring att förlora kontrollen är starkare än glädjen av användandet vilket resulterar i att en högre utbildningsnivå leder till en ökad osäkerhet.

Punkt nummer två i ovan punktlista är ett bra exempel på den problematik som vi kan utröna ur ovan stycke. De Internettjänster som Länsförsäkringar erbjuder via sin hemsida, exempelvis bank- och försäkringstjänster, får av enkättagarna ett mycket bra omdöme.

De som svarat på frågan kring hur de förlitar sig till Länsförsäkringars Internettjänster känner en säkerhet i användandet vilket tyder på att tjänsterna är mycket kvalitativa och tillförlitliga. Ett korrekt antagande som kan antas är att användarna av Länsförsäkringars Internettjänster har en relativt låg utbildning och därmed känner att tjänsterna är säkra.

Denna tolkning antar vi dock inte utan vi antar att resultaten innebär att användarna av Internettjänsterna anser de vara tillförlitliga och säkra.

Det repetitiva användandet av Internet styrs enligt korrelationsanalysen i stor utsträckning av vilken utbildningsnivå användaren innehar. En tanke är att en person med högre utbildning har fler behov som kan bli tillfredställda via det utbud som Internet ger. Denna tes stärks av svaren på frågorna i enkäten kring informationsanvändningen. Personer som har svarat att de innehar en högre utbildning har också angett att de använder Internet i större utsträckning.

Att en bredbandsuppkoppling medför att Internet används oftare är en hypotes som stärks i korrelationsanalysen. Vi anser att det är av stor vikt att värna om den svenska landsbygden och vi anser att våra resultat går hand i hand med det arbete som pågår runt om bland Sveriges kommuner med att utöka områdena där det är tekniskt möjligt att ansluta sig till en bredbandsuppkoppling. Det statliga målet om att *"nå ut med bredband till alla på landsbygden"* är ett arbete för Sveriges kommuner och Landsting att genomdriva. Sveriges lantbrukare kommer att kunna erbjudas en bredbandsuppkoppling i den takt som arbetet med att utöka nätet blir klart (www.skl.se, 1. 2007-01-28)

Korrelationen mellan svårighetsgraden kring att nyttja Internet och hur ofta Internet används förvånar oss mest. Vi har haft som utgångspunkt att personer som anser att det är svårt att använda Internet använder det i mindre utsträckning än de som anser att det är lätt att nyttja. Korrelationsanalysen visar dock att det inte finns något signifikativt samband mellan de båda frågeställningarna. Det finns inget samband mellan svårighetsgrad och nyttjande.

4.4.2 Sociala faktorer

Efter genomförd korrelationsanalys har vi valt att beakta de sociala faktorer som gav oss ett signifikant samband i analysen. Att se till vilka faktorer som har ett samband är intressant för oss som skribenter för att dra slutsatser om lantbrukarens användande av Internet. Utifrån de frågor som vi ställt i enkätundersökning har vi erhållit följande signifikanta samband,

- lantbrukare som genomfört en gymnasieutbildning har lärt sig att hantera Internet på egen basis
- de lantbrukare som tagit hjälp utifrån med att lära sig hantera Internet arbetar även utanför det egna jordbruket
- lantbrukare som saknar det personliga bemötandet använder Internet mer frekvent än genomsnittslantbrukaren
- lantbrukare som saknar det personliga bemötandet anser att Internet är tidsbesparande

Det första signifikanta sambandet, att lantbrukare som genomfört en gymnasieutbildning oftast har lärt sig själva att hantera Internet tror vi grundar sig i att dessa individer tillgogogjort sig kunskapen under sin skoltid och inte behövt komplettera med ytterliggare kurser eller övrig extern hjälp. Detta är även något som vi kan relatera till tron att dagens lantbrukare ej är högre utbildade än gymnasium och är därav ej öppna att ta in ny kunskap utifrån i form av t.ex. kurser.

Att lantbrukare som tagit hjälp externt för att kunna hantera Internet i högre utsträckning arbetar utanför det egna lantbruket tror vi har flera orsaker. En trolig orsak är kontakten med människor inom andra branscher som förespråkar Internet och dess fördelar samt en större öppenhet för att ta till sig nya saker och utvidga sitt kompetensområde. Dessutom kan vi tänka oss att lantbrukaren som arbetar utanför sitt eget företag har kravet på sig att kunna hantera Internet i sitt arbete utanför jordbruket och på så sätt kan tänka sig att använda sig av extern hjälp för sitt Internetanvändande.

De lantbrukare som nyttjar Internet mer frekvent än genomsnittslantbrukaren saknar det personliga bemötandet. Detta är ett samband som mer eller mindre talar för sig självt. En lantbrukare som använder Internet i en högre utsträckning än genomsnitsanvändaren minskar

ytterliggare sin möjlighet till personliga möten med andra människor då han eller hon istället föredrar att genom göra handlingen via Internet.

Som ovan nämnts finns det lantbrukare som saknar det personliga bemötandet efter Internets genombrott. Dessa lantbrukare anser dock att Internet är tidsbesparande i vardagen. Det råder således ett signifikant samband mellan dessa faktorer, avsaknaden av det personliga bemötandet och den positiva tidsbesparande faktorn. En tolkning av detta samband kan göras på en bredare samhällsnivå. Allt som vi människor ska göra i vår vardag skall gå fort och responsen skall vara snabb. Enligt oss är Internet en ytterliggare tröskel till att lära sig och bidrar på så sätt till den nya samhällsstrukturen som ofta bidrar till ökad stress till följd av ökade krav. Trots den tidsbesparande faktor som Internet medför så klargör svaren från våra enkäter att lantbrukarna saknar det personliga bemötandet. Ett möte som kan tänkas lugna ner den stressiga vardagen och ge tid till några minuters eftertanke.

4.4.3 Sociala och tekniska faktorer

Efter att analyserat de tekniska och sociala faktorerna i korrelationen har vi valt att även beakta de faktorer som vi anser vara av både teknisk och social karaktär. Följande samband har resulterat i signifikans:

- de lantbrukare som anser att Internet ger den information de behöver saknar det personliga bemötandet
- lantbrukare som saknar det personliga bemötandet känner en osäkerhet inför användandet av Internet
- lantbrukare som saknar personliga bemötandet har upplevt problem vid nyttjandet av Länsförsäkringars Internettjänster

Den första punkten som resulterat i ett signifikant samband är de lantbrukare som anser att Internet ger den information de behöver men samtidigt saknar det personliga bemötandet. Något som vi kan analysera till att informationshämtning på Internet är så pass bra att väljer denna kanal. Detta resulterar således i att individen går miste om det personliga bemötandet t.ex. vid inköp av nya maskiner så sonderar han eller hon marknaden på Internet istället för att besöka den lokala handlaren och får informationen via ett personligt möte.

Att lantbrukare som saknar det personliga bemötandet känner en osäkerhet inför användandet av Internet tror vi kan grunda sig i främst en orsak. Denna orsak är att de individer som saknar det personliga bemötandet troligen avstår från att använda Internet och får därmed aldrig en kännedom om dess uppbyggnad och i slutändan uppstår en osäkerhet kring hela kanalen Internet.

Lantbrukare som saknar det personliga bemötandet har vid användandet av Länsförsäkringars Internettjänster upplevt problem vid något tillfälle. Det kan tolkas i att lantbrukare som mer frekvent använder Internet har en större risk att någon gång möta problem vid användandet av Länsförsäkringars Internettjänster.

4.6 Bortfallsanalys

Den 50 procentiga svarsfrekvens som vi erhöll från enkäten skall ses som dels ett lyckat resultat men också som en varningsklocka. Vad tycker den andel som vi inte fick några svar ifrån?

När vi skickade ut enkäten skedde urvalet av enkätdeltagarna på det sätt som tidigare redogjorts i introduktionen till enkäten. Vad vi efteråt kan se som ett misslyckande är att vi inte numrerade svarskuverten samt numrerade deltagarna med individuella nummer. Om en numrering hade skett kunde vi nu i efterhand ha kontaktat ett urval av de som valt att inte svara på enkäten. De frågor som vi kunde ha ställt vid en ytterligare kontakt hade kunnat ge oss en bild av vilka som verkligen svarat och varför de som valde att inte svara agerade på det sättet.

Det finns anledning att misstänka att de som valt att svara också är de som anser att det av olika anledningar är viktigt att delta i studier eller de som anser att Internet är en viktig faktor i deras vardag. Om vi antar att de intresserade har svarat och de som känner att studien är oviktig inte har svarat medför det att den 50 procentiga andel som valt att inte svara anser att Internet inte är viktigt och troligen således inte heller nyttjar Internet i sin vardag. De nyttjar troligen heller inte Länsförsäkringars utbud av tjänster via Internet. Vi känner att det är viktigt att betona att de faktorer och slutsatser vi drar i denna uppsats grundar sig till fullo på de svar vi erhållit från de som valt att delta i enkätundersökningen. Den stora mängd som valt att inte svara kan därför representera helt andra åsikter och infallsvinklar än de som presenteras i

denna uppsats. Det åligger fritt andra studenter eller institut att analysera och bearbeta den mängd som valt att inte svara på enkäten. Vi bistår mer än gärna med det urvalsmaterial som vi använt oss av och de kontakter vi nyttjat för att framställa denna uppsats.

4.6.1 Diskussion bortfallsanalys

Att en odefinierad mängd av personer väljer att inte svara på en enkät bör snarare ses som en regel än ett undantag. Efter att vi skribenter ställt förfrågningar på institutionen för ekonomi kring hur många enkäter vi borde ha skickat och kommit fram till en mängd mellan 300-500 stycken för att räkna med det svarsutfall vi fick känner vi oss nöjda.

Av de utskickade enkäterna har vi till skrivande stund endast erhållit en svarsfrekvens om 50 %, vilket vi anser kan bero på ett flertal olika faktorer. De faktorer som vi anser vara de mest troliga följer nedan,

- för många frågor i enkäten vilket medför en känsla hos de förfrågade att det tar för lång tid att svara
- att det inte på ett tillräckligt tydligt och konkret sätt framkom att de svar som lämnas inte kommer analyseras av fler än oss skribenter och att vi inte på något sätt har kodat enkäterna
- det inte har funnits något intresse hos de tillfrågade

Ett bortfall om 50 % bör ses som en stor mängd information som totalt sett kunde ha påverkat analysen, diskussionen och slutsatserna i uppsatsen avsevärt. En tanke som väcks hos oss skribenter är att denna uppsats i en förlängning kanske kan ligga tillgrund för en annan student vid SLU som vill vidga/begränsa avgränsningen på frågeställningen för att fördjupa sig ytterligare och att då kunna försöka väcka nytt intresse hos dem som valt att inte svara. Vidare kan bortfallet ses, som ovan nämnts, som ett totalt avstånd från denna typ av förfrågan. Personerna som tillfrågats kanske är väldigt mättade på frågor från företag och universitet att de inte har ett egenintresse i att underlätta och hjälpa studier av detta slag.

5 Analys Länsförsäkringar

Under arbetets gång har vi fått ta del av ett flertal människors erfarenheter kring hur deras försäkringar har fungerat under perioder med små eller stora missöden. Omständigheter som medför att en försäkring nyttjas varierar per normalitet utifrån olika situationer som uppstår. De lantbrukare vi träffade under de personliga intervjuerna har i olika skeden och tidsperioder haft behov av den trygghet som en försäkring ger. Samtliga ger en positiv attityd till hur deras försäkringsärenden hanterades av Länsförsäkringar.

Enkätsvaren tyder på att de som är kunder hos Länsförsäkringar Uppsala har förtroende och ställer tillit till det utbud som erbjuds via kanalen Internet. Övervägande använder kunderna de banktjänster som erbjuds medan försäkringstjänsterna inte används i samma utsträckning. De försäkringstjänster som nyttjas är främst prisuppgifter för fordon till det privata användandet och inte till företagsrelaterade områden. Ett påpekande som har återkommit med olika formuleringar är att den främsta anledningen till att inte vilja vardera nyttja eller bli erbjuden försäkringstjänster via Internet grundar sig i oron över att förlora det personliga bemötandet.

Vad är det då som skapar och medför denna oro?

En lantbrukare har ett brett behov av olika försäkringar inom sitt företag, varierande från fordons-, sakförsäkringar till pensions- och livförsäkringar. Den personliga kontakten med en handläggare blir en trygghet. En trygghet kring att ens behov blir genomgångna och bekräftade i form av att rätt försäkringar tecknas.

Vår uppfattning är att Länsförsäkringar Uppsala skall satsa på att bli sina lantbrukskunders självklara och kompetenta affärspartner när det gäller banktjänster via Internet och försäkringstjänster via personliga kontakter. Det finns idag inte ett behov eller en avsaknad av att bli erbjuden att kunna nyttja en tjänst som erbjuder samtliga försäkringar via Internet. Vi stödjer detta resonemang utifrån den information vi inhämtat via de personliga intervjuerna och enkätsvaren.

6 Diskussion och slutsats

En beskrivande bild av de uppländska lantbrukarna och deras nyttjande av kanalen Internet kan redogöras enligt nedan.

Den uppländska lantbrukaren..

- anser sig behärska kanalen Internet
- nyttjar kanalen Internet främst till privatrelaterade frågor och ändamål
- utför bankärenden via Internet och känner en trygghet med användandet
- nyttjar inte utbudet av försäkringsrelaterade tjänster via Internet
- är tillfredställd med Länsförsäkringar Uppsala och deras tjänsteutbud via Internet

Utifrån de sociala samt de tekniska faktorerna som vi valt att analysera i uppsatsen kan vi dra slutsatsen att de sociala faktorerna påverkar lantbrukarens nyttjande av kanalen Internet i betydligt större grad än vad de tekniska faktorerna gör. Den rent sociala kontakten med en annan människa ger en signal av trygghet, en trygghet i att den tjänst som önskas bli genomförd verkligen blir utförd. En skillnad i nyttjandet av tjänster via Internet som vi ser i det material som framkommit av enkätundersökningen och de personliga intervjuerna är att lantbrukaren känner en trygghet vid användandet av banktjänster via Internet och att det personliga mötet med en annan människa därmed blir överflödigt, själva strukturen och innebörden av att nyttja banktjänsterna via Internet ger en tillräckligt stor trygghetskänsla. Som nämnts i analysen har en lantbrukare ett behov av ett vitt spann av olika försäkringar, försäkringstjänsterna som efterfrågas blir därmed för komplexa för att lantbrukaren skall känna en trygghet i att utföra försäkringsrelaterade tjänster via Internet. En enkel och mycket tydlig slutsats som vi drar är att efterfrågan på Internetbaserade försäkringstjänster är mycket liten hos de lantbrukare som vi kommit i kontakt med under arbetets gång. För Länsförsäkringar Uppsalas del innebär det att utvecklingsarbetet med utökade och mer avancerade funktioner inte ligger i tiden. Kunderna efterfrågar istället en personlig kontaktperson som ombesörjer lantbrukarens hela försäkringsinnehav.

Bredbandets utveckling inom Sveriges kommuner leder till ett ökat användande av kanalen Internet. Vi som skribenter ansåg innan vi påbörjade uppsatsen att en snabbare uppkoppling, som en bredbandsuppkoppling medför, bidrar till en mer tidseffektiv användning av Internet, vilket visade sig vara en ren misstolkning. Av materialet som insamlats kan vi tydligt utläsa

att en snabbare uppkoppling snarare leder till ett mer utbrett användande istället för ett mer effektivt användande rent tidsmässigt. Vi ser att bredbandets framfart till landsbygden medför att lantbrukaren kommer nyttja Internet på en bredare front och således efterfråga nya framtida Internettjänster.

Avslutningsvis vill vi belysa vikten av att lantbrukare är en medveten kundkategori som Länsförsäkringar Uppsala måste ta mycket stor hänsyn till vid utvecklandet av nya framtida Internettjänster. Resonemanget stärks ytterligare av att flertalet lantbrukare som figurerat i studien ser Länsförsäkringar som det självklara alternativet när det gäller försäkringar för sitt lantbruksföretag.

Epilog

Att gå igenom det arbete som producerats under en tio veckors period är en uppgift av stor vikt. För- och nackdelar under processens gång kan öka förståelsen inför olika problem under kommande projekt. Under planeringsstadiet ställde vi upp de metoder vi ville använda oss av för att samla in information till uppsatsen. Tidsåtgången till de olika momenten var inte någon faktor vi som skribenter diskuterade utan vi bestämde oss för vad vi skulle göra, hur det skulle ske, och när det skulle genomföras. I efterhand skulle vi ägnat mer tid åt att planera metoderna utifrån den beräknade tidsåtgången.

Den enkät vi skickade ut till lantbrukarna producerade vi utifrån de frågor vi själva ansåg viktiga och de synpunkter som framkom vid de personliga intervjuerna. Enkäten blev väldigt omfattande till antalet frågor och borde i efterhand ha kortats ned avsevärt. Tanken bakom att ha skickat ut en enkät med ett färre antal frågor är dels att de lantbrukare som fick enkäten skulle bli mer inspirerade att svara dels att minska arbetet med att sammanställa svaren från enkäterna.

Vi känner att de personliga intervjuerna gav oss den information som vi eftersträvade att insamla på ett enklare och tydligare sätt än vad enkäterna gjorde. Intervjuerna tar visserligen mer tid per svarsenhet men de svar som framkommer är tydligare och mer kvalitativa då det är lättare att få en övergripande förståelse kring exempelvis den generella inställningen till teknik.

Rörande Länsförsäkringars Internettjänster borde vi som skribenter på ett tydligare sätt ha analyserat innebörden och konstruktionen av tjänsterna. Vid de personliga intervjuerna framkom flertalet klagomål i varierande grad och innebörd. Generellt kan vidare utvecklingsarbete och analys kring säkerheten och användarvänligheten förespråkas inom Länsförsäkringars egna analysgrupper.

Referenser

Litteratur

Fredholm, P. (2000). *Elektroniska affärer*. Lund: Studentlitteratur.

Hopkins, J. & Morehart, M. (2001). Farms, the internet & e-commerce: adoption & implications. *Agricultural outlook*.

Kotler, P. (2003). *Kotlers marknadsföringsguide från A till Ö*. Sundbyberg: Pagina Förlags AB/Optimal Förlag.

Ross, B. & Waksman, G. (2001). *How development in Internet and e-commerce use are changing in the agricultural industry in Europe*.

Rapporter

Andersson, S. (2003). *Internethandel med insatsvaror för lantbruket-en fallstudie av lantmännen direkt via nätet*. (Rapport från Uppsala, Institutionen för ekonomi, 750 07 Uppsala.

Hedlund, A. (2003). *E-konsumenten-en dynamisk individ?* (Forskningsrapport S87) Stockholm: Handelns Utredningsinstitut.

Wilson, P. (2004). *An overview of developments and prospects for e-commerce in the agricultural sector*. Agriculture Directorate-General, European Commission.

Tidskrifter

Lantbruksbarometern 2003, Utgiven av LRF, LRF Konsult och Föreningssparbanken.

Lantbruksbarometern 2006, Utgiven av LRF, LRF Konsult och Föreningssparbanken.

Intervjuer

1.
Kumlin Thomas. 2006-12-04. Lantbrukare, Hallqved, Uppsala.

1,2.
Johansson Helena. 2007-01-25. Institutionen för ekonomi, SLU, Uppsala.

Internet

Telia AB (www.telia.se) 2007-01-18

1.
http://www.telia.se/privat/extern/search.do?sl=telias_top_sok&query=ADSL

Sveriges kommuner och landsting (www.skl.se) 2007-01-28

1.
<http://www.skl.se/artikel.asp?A=5741&c=2133>

Mälardalens Högskola (www.mdh.se) 2007-02-14

1.
http://www.mdh.se/isb/kurser/bo0230/dk3/Statistisk_analysVT06.pdf

Bilaga 1 – Korrelationsanalys

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1							
2	0,3235	1						
3	-0,141	-0,199	1					
4	0,0876	0,4394	-0,55	1				
5	-0,041	-0,089	0,2979	0,0528	1			
6	0,0331	0,0357	-0,157	0,0828	0,0891	1		
7	-0,009	0,043	-0,165	0,0934	0,0913	0,2963	1	
8	-0,08	0,0343	-0,009	0,1812	0,0323	-0,05	0,1066	1
9	-0,142	-0,071	0,053	-0,025	-0,153	-0,09	-0,211	0,0439
10	0,2901	0,1857	-0,045	-0,041	-4E-17	0,3586	0,2103	-0,219
11	-0,197	-0,145	-0,09	0,0904	0,1172	-0,172	-0,129	-0,098
12	0,3561	0,1641	0,0548	-0,055	-0,167	0,0246	0,1325	0,0043
13	0,4211	0,1714	-0,126	0,2182	-0,138	-0,115	-0,224	-0,217
14	0,0577	0,1195	-0,333	0,3333	-0,083	-0,279	-0,112	0,1376
15	-0,08	-0,17	-0,013	0,0981	0,1228	0,1432	-0,073	-0,027
16	0,2522	0,3084	0,0973	0,1389	-0,059	-0,28	-0,087	0,2614
17	0,1559	0,2601	0,1351	-0,084	-0,174	-0,125	-0,278	0,1644
9	10	11	12	13	14	15	16	17
1								
-0,289	1							
-0,053	-0,427	1						
-0,142	0,5659	-0,419	1					
0,1083	-0,349	0,3639	0,0312	1				
-0,036	-0,462	0,0222	0,041	0,0731	1			
0,0668	-0,286	-0,227	-0,072	0,0209	-3E-17	1		
0,0556	0,1211	0,0602	0,0905	-0,028	0,0192	-0,512	1	
-0,136	0,038	-0,067	0,0099	0,0642	-0,085	-0,269	0,6471	1

Bilaga 2 – Enkät

Enkät om lantbrukarens nyttjande av Internet

Gårds- och produktionsdata

"För att kunna jämföra variationen av utfall från enkäten är det av stor vikt att analysera vilka förutsättningar som råder för den enskilde lantbrukaren".

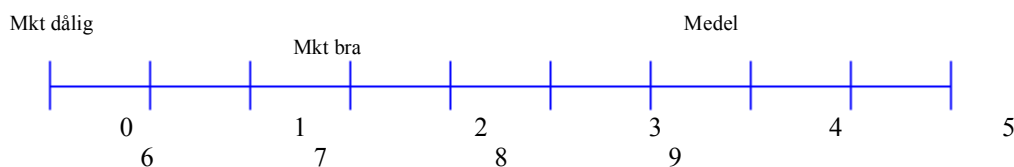
I Vilken areal har fastigheten Du brukar? _____ ha ägd åker

_____ ha arrenderad åker

_____ ha skog

_____ ha övrigt, _____

II Hur passar arronderingen in i följande skala?
Markera med ett kryss!!



III Företaget bedrivs som

☐ enskild firma

☐ aktiebolag

☐ handelsbolag

☐ annan form, _____

IV Antalet anställda i företaget _____ antal heltidsanställda

_____ antal deltidsanställda

_____ antal säsongsanställda

V Den huvudsakliga inriktningen på produktionen
Markera flera om så är fallet!

☐ animalie

☐ spannmål

☐ skog

☐ entreprenad

☐ övrigt, _____

Om animalie,

☐ mjölk

☐ svin

☐ kött

☐

fågel

☐ ägg

VI Företaget omsätter årligen

☐ > 1 000 000kr

☐ 1 000 001 > 3 000 000kr

☐ 3 000 001 > 6 000 000kr

☐ 6 000 001 >

Data om Dig som företagsledare

"Inställning till teknik samt förståelse påverkar det rationella handlandet".

I Vilket år är Du född?
År: 19 _____

II Genomförd utbildning
Markera flera om flera genomförts!

- | | | |
|---|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> folkskola | <input type="checkbox"/> grundskola | <input type="checkbox"/> realskola |
| <input type="checkbox"/> gymnasium | <input type="checkbox"/> folkhögskola | <input type="checkbox"/> universitet/högskola |
| <input type="checkbox"/> annan skola, _____ | | |

Kompletterande uppgifter

- ☐ lantbruksrelaterad gymnasieutbildning
- ☐ lantbruksrelaterad eftergymnasialutbildning
- ☐ lantbruksrelaterad kurser, _____

III För att få ökad kunskap och förståelse för Internet har jag

- ☐ läst kurs, exempelvis via LRF
- ☐ tagit hjälp av extern handledning
- ☐ fått lära mig själv
- ☐ lärt mig på annat sätt, _____

IV Arbetar du utanför ditt lantbruksföretag?

- ☐ nej ☐ ja

Om JA komplettera nedan annars gå vidare till nästa fråga!

Jag arbetar utanför mitt egna företag med _____

Den externa tjänsten kräver ungefär _____ antal timmar per månad

V Ytterligare kommentarer till ovan:

Sociala faktorer

"Samarbete och kontakter underlättar det praktiska arbetet".

I Har du ett etablerat samarbete med dina grannar?

☐ nej

☐ ja

Om JA komplettera nedan annars gå vidare till nästa fråga!

Finns ett djupgående samarbete mellan dig och dina grannar?

☐ nej

☐ ja

Inom vilket eller vilka av följande områden samarbetar ni?

☐ köper maskiner tillsammans

☐ hyr in/ut maskiner till varandra

☐ köper/säljer produkter av/till varandra

☐ köper exempelvis utsäde tillsammans för att dra nytta av volymrabatt

☐ annat samarbete, _____

II Vilken kontaktyta för ökad kompetens anser du vara viktigast?

☐ familjen

☐ anställda

☐ grannar/kollegor

☐ rådgivare

☐ kurser

☐ Internet

III Är det personliga mötet/kontakten med människor en avgörande faktor för dig när du väljer kanal för att uträtta ärenden?

☐ nej

☐ ja

IV Om ja ovan är det säkerheten i att tjänsten som skall nyttjas verkligen blir utförd?

☐ nej

☐ ja

V Ytterligare kommentarer till ovan:

Informationsanvändning

"Det finns två slags kunskap: vi kan själva något eller också vet vi var man kan skaffa sig information om det vi inte kan" Samuel Johnson (1709-1784)

- I** Vid inhämtandet av information för beslut inom företaget betyder,
Ringa in flera om fler än ett sätt har betydelse!!

Grad av betydelse:	Ingen:	Liten:				Stor:
Informationskälla:						
Dagstidningar:	0	1	2	3	4	5
Facktidningar:	0	1	2	3	4	5
Lantbrukstidningar:	0	1	2	3	4	5
Annonstidningar:	0	1	2	3	4	5
Reklamutskick:	0	1	2	3	4	5
Tv - program:	0	1	2	3	4	5
Tv - nyheter:	0	1	2	3	4	5
Radio - program:	0	1	2	3	4	5
Radio - nyheter:	0	1	2	3	4	5
Internet:	0	1	2	3	4	5
Familjen:	0	1	2	3	4	5
Anställda:	0	1	2	3	4	5
Bekanta:	0	1	2	3	4	5
Kollegor:	0	1	2	3	4	5
Grannar:	0	1	2	3	4	5
Allmän rådgivning vid bokslut:	0	1	2	3	4	5
Rådgivning för ett enskilt beslut:	0	1	2	3	4	5
Rådrivning i samband med kurs:	0	1	2	3	4	5
Egen intuition:	0	1	2	3	4	5
Egen kunskap:	0	1	2	3	4	5
Övrigt:	0	1	2	3	4	5

- II** Ungefär hur många timmar använder du för informationssökning? ____tim/vecka

- III** Vilken av informationskällorna i fråga **I** anser du vara viktigast för ditt dagliga arbete inom företaget?

IV Har du tillgång till en egen dator?

☐ nej ☐ ja

V Om du svarat nej, tror du att du kommer skaffa dator?

☐ nej ☐ ja

Om nej ovan varför inte?

Om du **saknar dator** hoppa över till nästa avsnitt med frågor, LF – utbud

VI Har du en Internet uppkoppling till din dator?

☐ nej ☐ ja

VII Om du inte har tillgång till Internet men har dator tror du att du kommer skaffa Internet i framtiden?

☐ nej ☐ ja

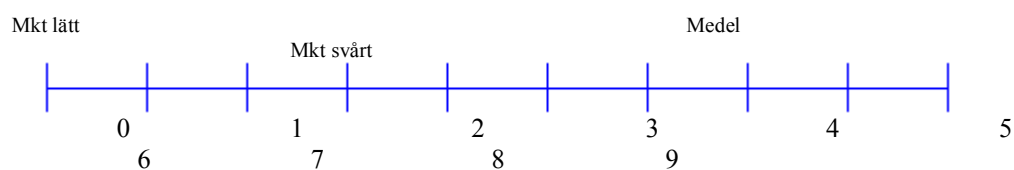
Om nej ovan varför inte?

Om du **saknar Internet** hoppa över till nästa avsnitt med frågor, LF – utbud

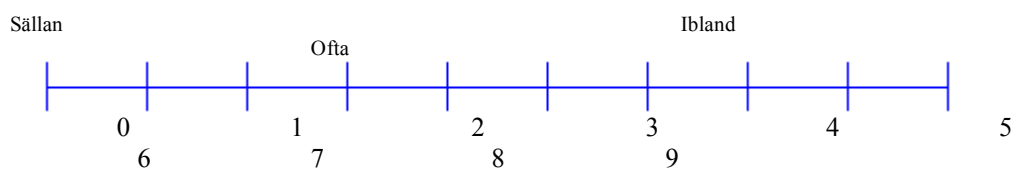
VIII Vilken uppkoppling mot Internet har du?

☐ ingen uppkoppling ☐ bredband, ADSL ☐ modem
☐ satellit ☐ annan uppkoppling, _____

IX Ungefär vilken svårighetsgrad anser du användandet av Internet motsvarar?



X Hur ofta använder du Internet?



☐ flera gånger om dagen ☐ en gång om dagen

☐ någon/några gånger i veckan ☐ någon/några gånger per månad

XI Använder Du Internet i ditt dagliga arbete?

☐ nej ☐ ja

XII Till vad använder du huvudsakligen Internet?

☐ företagsrelaterad användning ☐ privatrelaterad användning

XIII Inom **företaget** används Internet till

- ☐ söka information om produkter och tjänster ☐ försäkringsärenden
☐ söka information om nyheter ☐ kontakt med myndigheter
☐ köpa och sälja produkter
☐ bankärenden

XIV Till det **privata** används Internet till

- ☐ söka information om produkter och tjänster ☐ försäkringsärenden
☐ söka information om nyheter ☐ kontakt med myndigheter
☐ köpa och sälja produkter
☐ bankärenden

XV Anser du att Internet ger dig den information som du behöver?

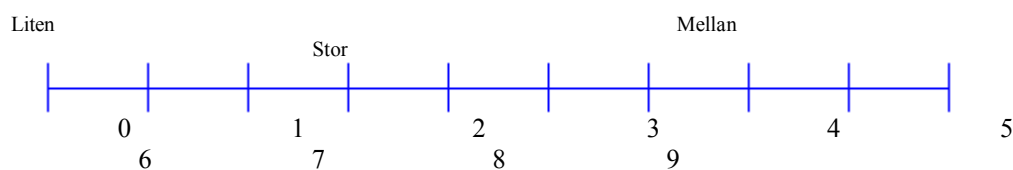
☐ nej ☐ ja

Om nej, vad känner du att du saknar?

XVI Den information som du samlat in på vilket sätt lagrade du den?

- ☐ lagrade i datorn ☐ skriftliga anteckningar
☐ lagrade/sparade inte ☐ eget ”kom ihåg”

XVII Hur stor hänsyn tar du till information från Internet vid beslutsfattande?



Frågor relaterade till Länsförsäkringar Uppsala Internetverksamhet

I Nyttjar du försäkringstjänster från Länsförsäkringar Uppsala?

☐ nej ☐ ja

II Nyttjar du banktjänster från Länsförsäkringar Uppsala?

☐ nej ☐ ja

III Nyttjar du någon övrig tjänst från Länsförsäkringar Uppsala?

☐ nej ☐ ja, vilken/vilka? _____

III Använder du Länsförsäkringar Uppsalas Internettjänster?

☐ nej ☐ ja

IV Anser du att Internettjänsterna tillfredställer dina behov?

☐ nej ☐ ja

V Om ovan **nej** vilka tjänster är det du saknar?

VI Saknar du det personliga bemötandet vid användandet av Internettjänsterna?

☐ nej ☐ ja

VII Är tidsbesparingen en viktig faktor när du använder tjänsterna via Internet?

☐ nej ☐ ja

VIII Känner du en osäkerhet om huruvida dina beställningar, exempelvis betalning av faktura, av tjänster via Internet blir utförda eller inte?

☐ nej ☐ ja

IX Förlitar du dig till Länsförsäkringars Internettjänster?

☐ nej ☐ ja

X Om ovan **nej** vad får dig att tvivla?

XI Har det någon gång uppstått problem när du använt Länsförsäkringars tjänster via Internet?

☐ nej ☐ ja

XII Om **ja** hur ofta uppstår problem samt vilka är problemen som uppstår?

XIII I vilken grad stämmer följande påståenden om LF:s Internettjänster överens med din uppfattning?

	Överensstämmer:	Inte alls:	Lite:			Mycket:
Utbudet av tjänster						
Motsvarar helt mina förväntningar	0	1	2	3	4	5
Motsvarar inte alls mina förväntningar	0	1	2	3	4	5

Försäkringstjänsterna						
Är lättöverskådliga	0	1	2	3	4	5
Är enkla att förstå	0	1	2	3	4	5
Enkelt att arbeta med	0	1	2	3	4	5
Smidigt att teckna nya försäkringar	0	1	2	3	4	5
Smidigt att avsluta befintliga försäkringar	0	1	2	3	4	5
Tydlig översikt av innehavet	0	1	2	3	4	5
Motsvarar mina förväntningar	0	1	2	3	4	5
Motsvarar mina behov	0	1	2	3	4	5
Banktjänsterna						
Är lättöverskådliga	0	1	2	3	4	5
Är enkla att förstå	0	1	2	3	4	5
Enkelt att arbeta med	0	1	2	3	4	5
Smidigt att utöka nyttjandet av banktjänster	0	1	2	3	4	5
Smidigt att avsluta befintliga banktjänster	0	1	2	3	4	5
Tydlig översikt av innehavet	0	1	2	3	4	5
Motsvarar mina förväntningar	0	1	2	3	4	5
Motsvarar mina behov	0	1	2	3	4	5
Företags delen						
Smidig att använda	0	1	2	3	4	5
Tillfredställande upplägg av tjänsten	0	1	2	3	4	5
Privat delen						
Smidig att använda	0	1	2	3	4	5
Tillfredställande upplägg av tjänsten	0	1	2	3	4	5

[illegible]

Vi kommer sända dig ett exemplar av resultaten från enkätundersökningen som tack.

0733 – 64 96 57
a04osst1@stud.slu.se

Bilaga 3 – Bifogat brev

Uppsala 2006-11-03



Vi får landet att växa

Bäste Lantbrukare!

Vi som sänder detta brev till Dig heter Carl-Adam Samuelson och Oscar Stampe. Då vi är i slutfasen av våra studier fram till en agronomexamen vid Sveriges lantbruksuniversitet i Uppsala har vi valt att skriva en uppsats inom det företagsekonomiska ämnesområdet.

Detta brev är ett led i en studie där Vi tillsammans med Länsförsäkringar Uppsala samt Lantbrukarnas riksförbund har för avsikt att kartlägga den enskilde lantbrukarens nyttjande av Internet. Studien syftar till att öka kunskapen och förståelsen för hur lantbrukarens intag av information via Internet sker. Länsförsäkringar Uppsala erbjuder idag försäkringstjänster samt banktjänster via Internet. Utvecklingen av nya tjänster samt förbättringen av de befintliga tjänsterna utformas med stor hänsyn till lantbrukarnas preferenser rörande tjänsterna.

I detta frågeformulär erbjuds Du att påverka utvecklingen av tjänster som kan komma att bli till stor nytta i Ditt dagliga arbete. Frågeformuläret erbjuder även Dig att fritt ge Dina synpunkter och kommentarer kring Länsförsäkringars Internettjänster.

Enkäten skickas ut till ett urval av Länsförsäkringar Uppsalas lantbrukskunder. Alla uppgifter Du som kund hos Länsförsäkringar Uppsala lämnar till oss kommer att behandlas helt konfidentiellt och kommer givetvis inte att publiceras så att Du som enskild kund kan identifieras. Länsförsäkringar Uppsala eller Lantbrukarnas riksförbund kommer inte att ta del av vad Du som individ har svarat.

Vi hoppas att frågorna i formuläret är lättförståeliga och att Du som fått detta brev tar Dig tid att besvara och kommentera formuläret. Besvarat formulär skickas tillbaka i det **portofria** svarskuvertet som bifogats detta brev. Det är för oss mycket betydelsefullt att Du tar dig tid att besvara formuläret, eftersom Dina och Dina kollegors erfarenheter samt preferenser därmed kommer att påverka utvecklingen av Länsförsäkringar Uppsalas Internettjänster och i förlängningen Ditt dagliga arbete.

Vi tackar på förhand för Din medverkan i studien. Som tack kommer vi skicka Dig ett exemplar av uppsatsen. Om några frågor uppstår är Du välkommen att kontakta oss på något av följande telefonnummer eller e-postadresser.

Med vänliga hälsningar

Pris: 100:- (exkl moms)

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala 2007.

Distribution:

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för ekonomi
Box 7013
750 07 Uppsala
Tel 018-67 2165

Swedish University of Agricultural Sciences
Department of Economics
P.O. Box 7013
SE-750 07 Uppsala, Sweden
Fax + 46 18 673502